

MALL DAN HYPERMARKET DI KOTAMOBAGU

(IMPLEMENTASI COPYING BEHAVIOR MENURUT P A BELL DALAM ARSITEKTUR)

Hilda Warouw¹

F Mastutie. ST. MT²

ABSTRAK

Kota Kotamobagu merupakan kota yang sedang berkembang dengan tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi. Sehingga, masyarakat membutuhkan sebuah pusat perbelanjaan yang lengkap, inovatif dan rekreatif. Penggunaan tema copying behavior sebagai penyesuaian terhadap tingkah laku masyarakat dan menjadi langkah awal dalam pembentukan kepribadian atau perilaku manusia terhadap lingkungannya. Adanya penyesuaian terhadap tingkah laku dapat menjadi acuan dalam merancang Mall dan Hypermarket. Tujuan perancangan ini untuk mewadahi dan menunjang aktifitas perekonomian di Kota Kotamobagu, dengan kelengkapan sarana dan fasilitas yang dibutuhkan oleh masyarakat. Oleh karena itu setelah mengambil salah satu aspek makna sosial yang ada dimasyarakat yaitu kebiasaan yang ada. Sehingga objek yang nantinya dihadirkan dapat diterima dan mudah beradaptasi dengan masyarakat yang ada.

Kata kunci : Mall, Hypermarket, copying, behavior

I. PENDAHULUAN

Kota Kotamobagu telah disahkan menjadi daerah otonom sebagai kota baru hasil pemekaran, dapat dikatakan bahwa kota Kotamobagu telah tumbuh dan berkembang dengan cepat, baik secara fisik maupun non fisik akibat peningkatan jumlah penduduk, aktifitas perekonomian, sosial dan budaya. Keberadaan geografis Kota Kotamobagu sebagai pusat dan lintasan antar wilayah Kabupaten Bolaang Mongondow raya (Kab.Bolaang Mongondow, Bolaang Mongondow Utara dan Bolaang Mongondow Selatan) sehingga menjadi bagian dari kawasan andalan dan strategis provinsi menjadi orientasi sebagai pusat pertumbuhan dalam pandangan pertumbuhan ekonomi regional. Pengembangan pusat-pusat kegiatan pelayanan perkotaan harus dapat menunjang pertumbuhan wilayah belakang yang dilayani, dengan memperhatikan kecenderungan perkembangan di Kota Kotamobagu secara keseluruhan. Peningkatan fungsi dan peran Kota kotamobagu sebagai pusat kawasan ekonomi khusus yakni melalui pengembangan kegiatan industri pertanian, perdagangan dan jasa, dan penataan lokasi simpul-simpul kegiatan transportasi wilayah.³

Isue berkenaan dengan perubahan status bahwa Kota Kotamobagu akan mengarah menjadi ibukota provinsi diantaranya karena faktor ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat. Artinya bahwa suatu provinsi akan dianggap layak apabila kemampuan ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat sudah memenuhi kriteria dan persyaratan tersebut. Sebuah kota yang memiliki tingkat perekonomian dan kesejahteraan yang baik, dapat dilihat dari tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi.

Perkembangan zaman disertai pertumbuhan penduduk di Kotamobagu yang cukup tinggi mengakibatkan kebutuhan semakin meningkat. Didukung dengan adanya teknologi serta sumber informasi yang semakin mudah didapat sehingga keinginan masyarakat untuk mengikuti tren dunia yaitu di bidang fashion semakin terbuka lebar. Namun, kurangnya tempat perbelanjaan yang lengkap dengan

¹ Mahasiswa PS1 Arsitektur Unsrat

² Staf Dosen Pengajar Arsitektur Unsrat

³ Buku RT RW Kotamobagu 2009 - 2029

menawarkan semua kebutuhan yang di perlukan dan inginkan oleh masyarakat. Sehingga adanya Mall dengan konsep berbelanja sambil rekreasi dan Hypermarket yang menjual kebutuhan sehari – hari dalam skala lebih besar dapat mawadahi semua kebutuhan masyarakat yang ada di Kota Kotamobagu. Selain itu dengan hadimya mall dan hypermarket meningkatkan tingkat hidup masyarakat serta membuka lapangan tenaga kerja baru.

Objek Mall dan Hypermarket menggunakan tema *copying behavior* menurut P. A Bell dalam arsitektur sebagai strategi dalam merancang Mall dan Hypermarket di Kotamobagu. Penggunaan tema pada objek di harapkan dapat mengeksprasikan makna social, ekonomi dan budaya yang ada dimasyarakat.

II. METODE PERANCANGAN

Pendekatan perancangan bertitik tolak dari disiplin ilmu arsitektur yang menyesuaikan dengan keadaan lingkungan berdasarkan pada kebiasaan masyarakat yang ada.

a. Pendekatan Tipologi Objek

Perancangan dengan pendekatan tipologis dibedakan atas dua tahap kegiatan yaitu tahap pengidentifikasian tipologi Mall dan Hypermarket serta tahap pengolahan tipologi, dengan melakukan studi literatur dan studi komparasi terhadap objek sejenis.

b. Pendekatan Tapak dan Lingkungan

Pada pendekatan ini akan dilakukan analisa-analisa pada tapak dan lingkungan yang ada disesuaikan dengan tema.

c. Pendekatan Tematik

Tema yang diambil adalah implementasi *copying behavior* menurut P. A Bell, sebagai suatu metode dan acuan untuk memunculkan suatu wujud arsitektural dalam perancangan Mall dan Hypermarket di Kotamobagu yang diharapkan dapat menjadi inovasi dalam menghadirkan suatu pusat perbelanjaan yang modern dengan kualitas yang baik tetapi dengan harga yang lebih murah.

III. KAJIAN PERANCANGAN

➤ Definisi Objek

- Mall adalah pusat perbelanjaan yang berisikan satu atau beberapa department store besar sebagai daya tarik dari retail-retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah shopping mall, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antarpengunjung dan pedagang (Maitland, 1987).
- Menurut Levy dan weitz dalam bukunya "*Retailing Management*" (2007, P.39), Hypermarket adalah sebuah tempat perbelanjaan dengan luas sekitar 10.000 m² – 30.000 m² serta memiliki kombinasi produk makanan sebesar 60% sampai dengan 70% dan barang dagangan umum sebesar 30% sampai dengan 40%.

➤ Deskripsi Objek

- Kedalaman Pemaknaan Objek Rancangan

Mall mempunyai kecenderungan berkonfigurasi secara horizontal. Konsep tatanan arsitektur seperti proporsi, skala, simetri, balance dan dimensi diterapkan pada fisik bangunan karena selain mempengaruhi fisik, juga berdampak secara psikologis yang akan menentukan berhasil tidaknya *decision of design*. Sedangkan karena hypermarket memiliki modal yang sangat besar dan membeli barang dari produsen dalam jumlah lebih besar dari pada pesaingnya, tetapi menjualnya dalam bentuk satuan. Biasanya area hypermarket diletakkan di bagian belakang sehingga tidak menutup retail dan counter lain yang mempunyai ukuran lebih kecil.

- Prospek dan Fisibilitas Proyek

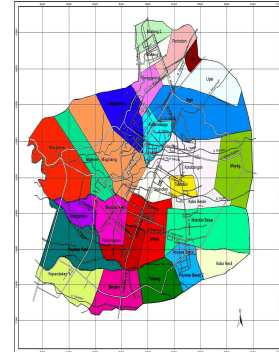
Mall dan Hypermarket di Kotamobagu ini memiliki prospek yang baik, hal ini bisa dilihat dari kebutuhan masyarakat yang meningkat dan kurangnya tempat perbelanjaan yang lengkap serta menawarkan semua fasilitas dalam sebuah tempat. Sehingga membuat beberapa masyarakat di Kotamobagu lebih tertarik

untuk berbelanja di Manado. Oleh karena itu, perancangan Mall dan Hypermarket ini dianggap sudah layak untuk hadir di Kotamobagu.

➤ Lokasi dan Tapak

Lokasi perencanaan terletak di Kota Kotamobagu yang merupakan salah satu wilayah yang terletak di Provinsi Sulawesi Utara. Secara geografis letak Kota Kotamobagu berada pada 00. 30' – 10 0' Lintang utara dan 1230- 1240 Bujur Timur. Batas- barasnya meliputi:

- Sebelah Utara dengan : Kec. Passi Timur dan Passi barat
- Sebelah Timur dengan : Kec. Modayag
- Sebelah Selatan dengan : Kec. Lolayan
- Sebelah Barat dengan : Kec. Passi Barat



Peta Kota Kotamobagu
Sumber: Rencana Tata Ruang
Wilayah (RTRW) Kotamobagu 2009

Kondisi Tapak

Pemilihan tapak dalam wilayah perencanaan disesuaikan dengan kriteria-kriteria tapak yang perlu menjadi bahan pertimbangan untuk perencanaan yang optimal. Ada tiga dijadikan alternatif, yaitu:



Alternatif2 Kecamatan Timur
Sumber : www.googleearth.com

Alternatif1 : Lokasi yang berada dipasar tradisional 23 Maret, berada di pusat kota dan berada dikawasan perdagangan. Tapi keterbatasan lahan yang tergolong kecil. Serta pemanfaatan lahan untuk pasar tradisional / modern menurut tata Kota yang berlaku

Alternatif2 : Tanah yang terletak di daerah pusat kota berada dikawasan perdagangan yang tidak terlalu berkontur. Aksesibilitas menuju lokasi tidak macet dan memiliki jalur alternatif untuk pencapaian ke lokasi.

Alternatif3 : Tanah kosong jauh dari jalan utama. Aktivitas pemukiman yang padat. Permasalahannya adalah jarak dari pusat kota cukup jauh.

Setelah mengadakan analisa berdasarkan hasil survey langsung di lapangan sambil mengacu pada kriteria, maka dipilih sebuah lahan yang relatif datar, Berikut gambaran lahan terpilih;



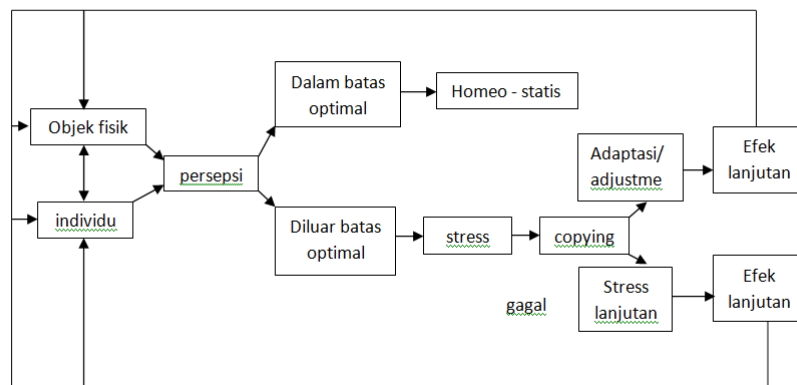
Alternatif2 Site Terpilih
Sumber : www.googleearth.com

➤ Kajian Tema

Perancangan Mall dan Hypermarket di Kota Kotamobagu diharapkan dapat mengakomodir kebutuhan masyarakat yang ada. Adanya eksplorasi terhadap perilaku sosial ekonomi dan budaya masyarakat sebagai suatu pendekatan arsitektur. Sehingga pendekatan yang diambil adalah makna sosial atau kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat setempat. Salah satunya kebiasaan masyarakat menjadikan teras depan sebagai tempat berkumpul para tetangga. Sehingga rumah yang ada hanya memiliki pagar depan sedangkan di sisi kiri dan kanan dibiarkan tanpa pagar. Itu artinya bahwa masyarakat yang ada lebih menyukai hubungan interaksi dengan tetangga selalu terjaga. Beranjak dari kebiasaan masyarakat yang membuka diri dengan orang lain. Sehingga objek yang dihadirkan harus memberikan ruang khusus yang lebih luas untuk masyarakat berinteraksi dengan orang lain. Sehingga pengkajian topik dengan tema “Implementasi copying behavior menurut P. A Bell dalam Arsitektur” diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam pembentukan kepribadian atau perilaku manusia terhadap lingkungannya. Pada teori persepsi menurut Paul A. Bell terdapat dua hasil dari *copying behavior*. Pertama tingkah laku *copying* yang gagal dan menyebabkan stres berlanjut. Kedua, tingkah laku *copying* yang berhasil karena terjadi penyesuaian antara diri individu dengan lingkungannya (adaptasi) atau penyesuaian keadaan lingkungan pada diri individu (adjustment). Oleh karena itu setelah mengambil salah satu aspek makna sosial dimasyarakat yaitu kebiasaan yang ada. Sehingga Mall dan Hypermarket yang nantinya dihadirkan dapat diterima dan mudah beradaptasi dengan masyarakat yang ada di Kotamobagu.

Pendekatan pertama dinamakan pendekatan konvensional, yaitu pendekatan berdasarkan sensori atau stimuli. Teori ini menganggap adanya rangsangan dari luar diri individu (stimulus). Individu menjadi sadar akan adanya stimulus ini melalui sel – sel saraf reseptor (penginderaan) yang peka terhadap bentuk – bentuk energi tertentu (seperti cahaya, suara, dan suhu). Apabila sumber energi ini cukup kuat untuk merangsang sel – sel reseptor maka terjadilah penginderaan (sensation).

Jika jumlah penginderaan disatukan dan dikoordinasikan di dalam pusat saraf yang lebih tinggi (otak) maka manusia bisa mengenali dan menilai suatu objek. Proses diterimanya rangsangan (objek, kualitas, hubungan antargejala, ataupun peristiwa) sampai rangsangan itu disadari dan dimengerti oleh individu yang bersangkutan inilah disebut persepsi. Proses ini digambarkan melalui skema oleh Paul A. Bell (1978) sebagai berikut



Skema Proses Persepsi
Sumber : Paul A. Bell (1978) Proses Persepsi

➤ **Analisa Perancangan**

- **Program Pelaku dan Aktivitas**

Pengelola Yang terdiri dari developer dan investor sebagai pihak yang menyediakan tempat atau mengelola pusat perbelanjaan ini. Pihak yang bertugas memberi pelayanan dan menyediakan fasilitas yang memadai, ruang yang efektif, pelayanan yang baik agar pedagang mau menyewa retail yang ditawarkan.

Pihak pedagang/penjual

- Pihak pedagang merupakan individu atau kelompok yang memanfaatkan ruang-ruang serta fasilitas yang telah disediakan untuk menjual berbagai produk
- Pihak jasa hiburan merupakan pihak yang berkepentingan memberikan pelayanan berupa hiburan dan rekreasi

Pengunjung.

Seluruh pengunjung yang datang baik berbelanja maupun melihat serta berekreasi dengan menggunakan fasilitas hiburan yang telah disediakan.

- **Program Ruang dan Fasilitas**

Berdasarkan perhitungan besaran ruang masing-masing fasilitas maka didapat total luas sebagai berikut

No	Fasilitas	Luasan (m ²)
1	Fasilitas Hypermarket	7571
2	Fasilitas Kantor Pengelola	815,8
3	Fasilitas Service Area	216
JUMLAH		8602.8
SIRKULASI 40%		3441.12
TOTAL LUAS LANTAI		12043.92

Rekapitulasi Total Luas Ruang Hypermarket

Sumber : Penulis 2013

No	Fasilitas	Luasan (m ²)
1	Fasilitas Penyewa Retail	24939.71
2	Fasilitas Kantor Pengelola	815,8
3	Fasilitas Service Area	216
JUMLAH		25971.51
SIRKULASI 40%		10388.604
TOTAL LUAS LANTAI		36360.114

Rekapitulasi Total Luas Ruang Mall

Sumber : Penulis 2013

Analisa Bentuk dan Ukuran Site

Luas Site	= 48.848,55 m ²	
KDB (Maks)	= 60%	KLB (Min) : 40%
KRH (Maks)	= 40%	
Total Luas Sempadan	= 6437,59 m ²	
Luas Site efektif	= Luas Site - Total luas Sempadan	
	= 48.848,55 – 6437,59	
	= 42410,96 m ²	
LLD (Luas Lantai Dasar)	= KDB Maks. x TLS ^{Efektif}	
	= 60% x 42410,96 m ²	
	= 25446,576 m ²	
RTH	= KRH x TLS ^{Efektif}	
	= 40% x 42410,96 m ²	

IV. KONSEP-KONSEP dan HASIL PERANCANGAN

➤ Konsep dan Aplikasi Tematik

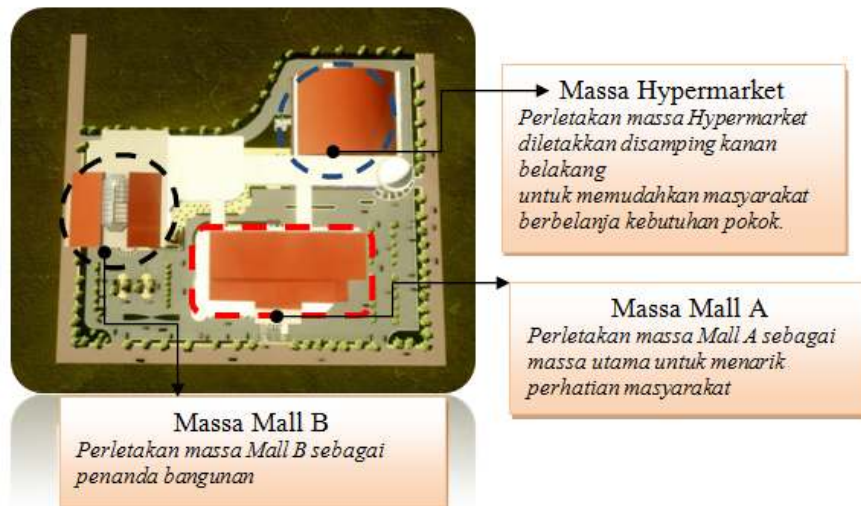
Peraturan pemerintah menurut zoning regulasi RTRW Kota Kotamobagu tahun 2009– 2029, wilayah Kecamatan Kotobangon yang termasuk dalam PWK VII. Berdasarkan hasil analisa pada *Analisa Lokasi dan Tapak*, maka diperoleh total luas site 48.848,55 m², luas sempadan 6.437,59 m², TLS efektif 42.410,96 m², Total luas lantai 25446,576 m².

Konsep pemintakatan pada tapak dibedakan menjadi area terbangun, area taman dan RTH, area parkir, sempadan jalan dan bangunan.

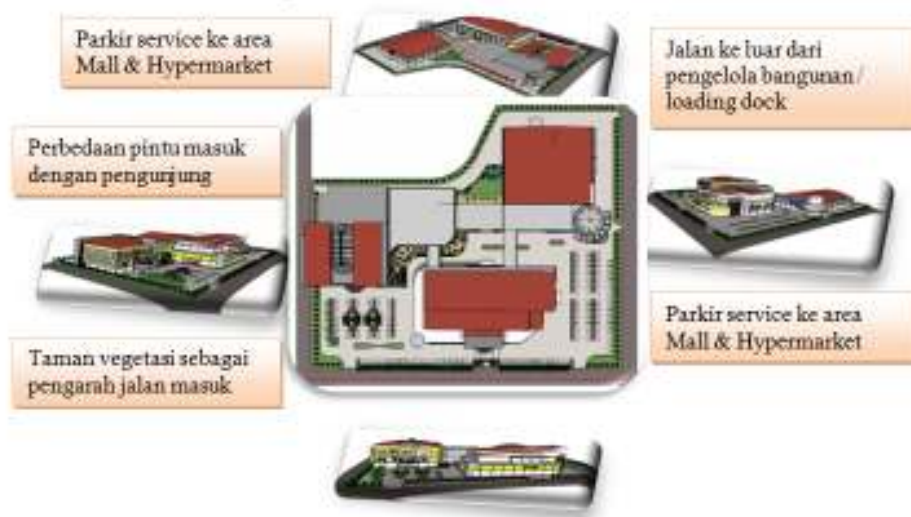


➤ **Konsep Tata Letak Masa dan Ruang Luar**

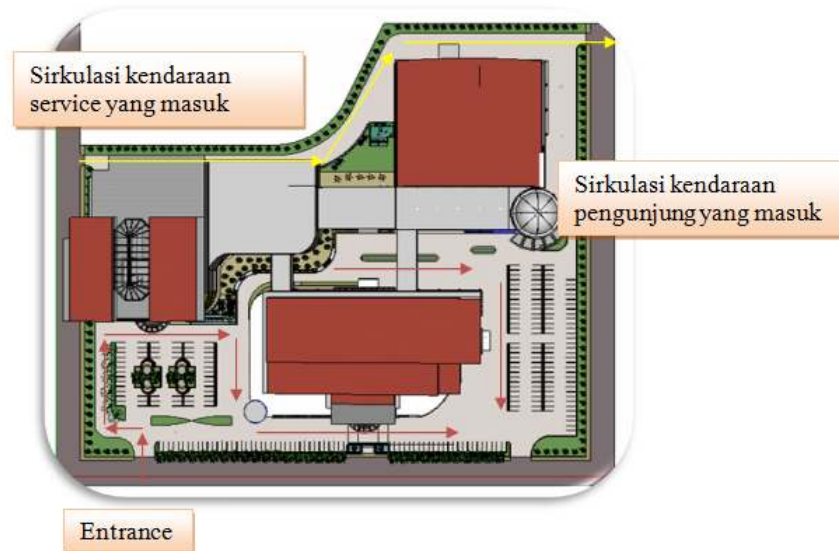
Tata Letak Masa dan Ruang Luar



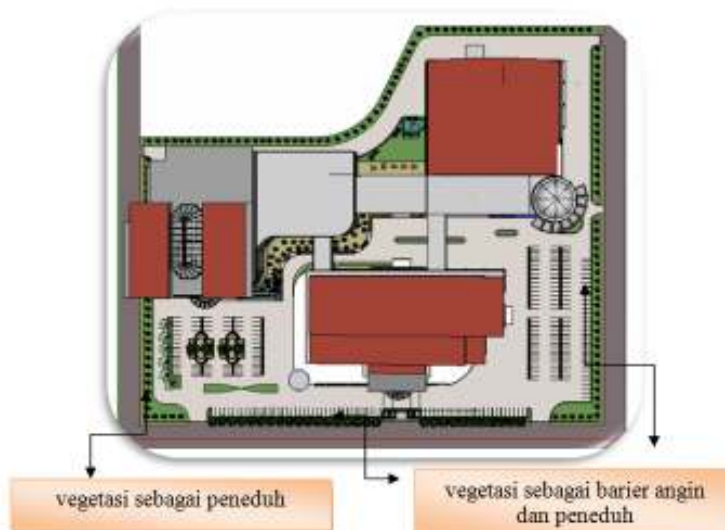
Tata Letak Ruang Luar



Aksesibilitas dan sirkulasi pada tapak



Pada konsep tata hijau tapak, digunakan perbandingan KDB 60% dan KLB 40% untuk menghadirkan lingkungan yang hijau dan menjaga kualitas lingkungan secara mikro dan mempertahankan kualitas air tanah. Komponennya antara lain: RTH, pohon peneduh (pohon pinus, mahoni), pohon pengarah (pohon palem raja, kelapa), pohon penyerap polusi udara (angsana dan mahoni), pohon penyerap kebisingan dan pemecah angin (pohon tanjung, kiara payung dan cemara) penutup tanah, serta furnitur lansekap (lampu, bangku atau *signage*).



Selubung Bangunan



V. Penutup

Dari pembahasan yang telah dideskripsikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Mall dan Hypermarket di Kotamobagu merupakan suatu kawasan dimana terdapat sebuah sistem perbelanjaan dengan penggabungan antara kebutuhan pokok (Hypermarket) dan kebutuhan sekunder (Mall). Dengan menggunakan pendekatan tema “Implementasi *Copying Behavior* menurut P A Bell dalam arsitektur” sehingga bangunan yang dihasilkan dapat mengikuti kebiasaan yang ada di Kotamobagu. Rancangan merupakan bangunan bersifat capital investment karena itu pemanfaatan lahan yang optimal terdapat dalam desain ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ching, F, D.K. 1991. *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Susunannya*. Jakarta : Erlangga.
- Joyce Marcella Laurens,. 2002. *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Surabaya : PT Gramedia WidisaranaIndonesia
- Levy dan weitz,.2008. *Retailing Management*. The University of Michigan : McGraw-Hill Irwin
- Maitland, Barry, 1987, *Shopping Malls, Planning and Design*. New York: Nichols Publishing Co
- Maitland E. Graves. 1987. *The Art Of Color And Design*. New York: McGrawHill
- Marlina, Endi, 2008. *Panduan Perancangan Bangunan Komersial*. Yogyakarta : Andi
- Nuefert Ernst, 2002. *Data Arsitek Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Erlangga
- Pemerintah Daerah Kotamobagu, *Rencana Tata Ruang Wilayah, Kotamobagu 2009-2029*.
- Rubenstein, Harvey, M, 1978, *Central City Mall*, New York: John Wiley and Sons
- Urban Land Institute, 1977, *Shopping Centre Developments Handbook*, Washington; Community Builders Handbook Series
- <http://tau-sejarah.blogspot.com/2013/02/sejarah-perkembangan-shopping-center.html>
(Diakses Tanggal 02 maret 2013)